

Program Bincang Santai dalam Transportasi Publik

Salman Al Hafizh*, Zulfebriges

Prodi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*salmanalhafizh223@gmail.com, zulfebriges@gmail.com

Abstract. Today Indonesia has a very rapid development of the transportation system, one of the actors behind the development of the transportation system is PT. Indonesian Railways (PT KAI or KAI). The large number of PT KAI's consumers in Indonesia have narrowed down to consumers who like and have an interest in trains, they are usually called railfans. To strengthen the lines of communication between railfans and PT KAI, PT KAI's public relations team organizes a routine activity program with railfans, namely "Casual Talk". The Casual Talk Program is a special program that provides a variety of interesting information and is the talk of many people and is packaged in a warm and relaxed manner. This study aims to determine the effectiveness of the implementation of the "Casual Talk" program held by the public relations of PT. KAI for railfans uses qualitative descriptive research methods and uses observation, interview and documentation data collection techniques. Testing the validity of the data will be carried out in three ways, namely data reduction, data display, and verification.

Keywords: *Efectivity, PT.KAI Public Relations, Railfans.*

Abstrak. Dewasa ini Indonesia memiliki perkembangan sistem transportasi yang sangat pesat, salah satu pelaku yang bergerak dibalik perkembangan sistem transportasi adalah PT. Kereta Api Indonesia (PT KAI atau KAI). Banyaknya konsumen PT KAI di Indonesia mengerucut menjadi para konsumen yang menggemari serta memiliki ketertarikan terhadap kereta api, mereka biasa disebut railfans. Untuk mempererat tali komunikasi antara railfans dengan PT KAI, humas PT KAI menyelenggarakan program kegiatan rutin bersama para railfans yaitu "Bincang Santai". Program Bincang santai merupakan program spesial yang memberikan berbagai informasi yang menarik serta menjadi perbincangan banyak orang serta dikemas secara hangat dan santai. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui efektifitas implementasi program "Bincang Santai" yang diadakan oleh humas PT. KAI untuk para railfans dengan menggunakan metode penelitian dekriptif kualitatif dan menggunakan teknik pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi. Uji keabsahan data akan dilakukan dengan tiga cara yaitu reduksi data, data display, dan verification.

Kata Kunci: *Efektivitas, Humas PT KAI, Railfans.*

A. Pendahuluan

Transportasi merupakan kegiatan pemindahan manusia dan atau barang dari satu tempat ke tempat lain dengan menggunakan kendaraan yang dioperasikan oleh manusia atau mesin, pun bertujuan untuk memudahkan masyarakat dalam beraktivitas sehari-hari.

Dikutip dari (Fatimah, 2019), Transportasi merupakan sarana yang berperan dalam kehidupan manusia, maupun sebagai alat untuk memudahkan manusia dalam memindahkan barang dari satu tempat ke tempat yang lain.

Sedangkan menurut Adisasmita, (Fatimah, 2019) Transportasi adalah sarana penghubung atau yang menghubungkan antara daerah produksi dan pasar, atau dapat dikatakan menjembatani produsen dengan konsumen. Peranan transportasi adalah sangat penting, yaitu sebagai sarana penghubung, mendekatkan, dan menjembatani antara pihak-pihak yang saling membutuhkan. Pada negara maju, transportasi yang umumnya digunakan adalah MRT (Mass Rapid Transit) sebab biaya jasa parkir yang tergolong sangat tinggi menyebabkan angka kepemilikan kendaraan pribadi menjadisingkat rendah. Seperti di Rusia sekitar 57% warganya menaiki transportasi umum, karena memiliki jangkauan yang sangat luas, cepat dan murah.

Jadi memudahkan masyarakatnya dalam berpergian. Di Indonesia sendiri, perkembangan sistem transportasi dapat dikatakan sangat pesat sebab angka mobilitas masyarakat yang cukup tinggi. Pada akhir tahun 2022, jumlah penumpang pada angkutan umum secara kumulatif dari 2 darat, laut dan udara mencapai 593.771 orang. Dari segi ekonomi pun perkembangan transportasi di Indonesia memiliki peran yang cukup kompetitif. Muncul banyak layanan transportasi umum yang saling bersaing dalam memberikan pelayanan terbaik untuk mendorong minat masyarakat dalam menggunakannya.

Layanan transportasi umum yang muncul pun sangat variatif dari segi layanan hingga harga yang menyebabkan sikap kompetitif antar perusahaan semakin sengit.

Salah satu layanan transportasi umum yang sudah sangat dikenal masyarakat Indonesia ialah kereta api. PT Kereta Api Indonesia (PT KAI atau KAI) adalah Badan Usaha Milik Negara yang menyediakan, mengatur dan mengurus jasa angkutan kereta api di Indonesia. Layanan yang diberikan perusahaan ini meliputi angkutan barang dan penumpang.

Pada akhir bulan Maret 2007, DPR mengesahkan revisi Undang-Undang 13/1992 yang isinya menegaskan bahwa investor swasta maupun pemerintah daerah diberikan kesempatan untuk mengelola jasa angkutan kereta api di Indonesia. PT. Kereta Api Indonesia (KAI) menguasai hampir seluruh perkereta-apian yang merupakan mobilisasi darat di Indonesia sehingga hampir seluruh perkereta apian di Indonesia bisa berkembang pesat. Namun, hal tersebut nyatanya menjadi sebuah tekanan bagi PT KAI itu sendiri untuk dapat secara konsisten memberikan pelayanan terbaiknya. Harumnya nama PT KAI di Indonesia bukan hanya menarik banyak perhatian, tetapi evaluasi juga kritik turut berdatangan dari para konsumen. 3 Kepuasan konsumen merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan perusahaan, selain itu kepuasan konsumen dapat menjadi alat bersaing bagi suatu perusahaan dalam menghadapi pesaingnya (Aditia et al., 2020).

Kepuasan konsumen bisa tercapai apabila kualitas produk dan atau jasa yang ditawarkan sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen. Sebab kualitas layanan sangat bergantung pada siapa dan bagaimana layanan tersebut diberikan. Dikutip dari (A. Kurniawan, 2018), Menurut Kotler, kepuasan pelanggan (customer satisfaction) yaitu tergantung pada kinerja anggapan produk relative terhadap ekspektasi pembeli. Jika kinerja produk tidak memenuhi ekspektasi, pelanggan akan kecewa. Sedangkan jika kinerja produk memenuhi ekspektasi, pelanggan sangat puas. Banyaknya konsumen PT KAI di Indonesia mengerucut menjadi para konsumen yang menggemari serta memiliki ketertarikan terhadap kereta api, mereka biasa disebut railfans.

Railfans adalah para pecinta kereta api yang tergabung dalam wadah Komunitas Edan Sepur Indonesia yang aktif dalam berbagai kegiatan perkeretaapian (Aprianti, 2016). Sebagai masyarakat yang menggemari kereta api tentu saja para railfans menaruh perhatian lebih terhadap pelayanan transportasi publik tersebut, bukan hanya sarana dan prasarana yang difasilitasi saja tetapi bagaimana komunikasi dengan para konsumen dibangun.

Untuk mempererat tali silaturahmi dengan para konsumen atau pelanggan, dan juga dengan para anggota railfans, PT KAI kemudian menyelenggarakan sebuah program kegiatan

rutin bersama para railfans yaitu “Bincang Santai”. Program Bincang santai merupakan program spesial yang memberikan berbagai informasi yang menarik serta menjadi perbincangan banyak orang serta dikemas 4 secara hangat dan santai.

Program Bincang Santai ini merupakan kegiatan yang bertujuan untuk memperkenalkan secara lebih luas informasi mengenai PT KAI dan sistem kerja pelayanan transportasi darat di Indonesia, sekaligus menjadi wadah bagi kritik dan saran dari para railfans yang kemudian dapat menjadi bahan evaluasi bagi PT. KAI.

Berdasarkan fenomena tersebut di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang dituangkan dalam skripsi dengan judul Program Bincang Santai Dalam Transportasi Publik (Studi Deskriptif Pada Efektivitas kegiatan “Bincang Santai” oleh PT KAI terhadap perilaku railfans dalam bertransportasi publik). Penelitian ini memakai metode penelitian kualitatif, karena penulis ingin mengeksplor fenomena-fenomena yang tidak dapat dikuantifikasikan yang bersifat deskriptif seperti proses suatu langkah kerja (Djam’an & Komariah, 2017).

Program dapat dirumuskan sebagai tingkat perwujudan sasaran yang menunjukkan sejauh mana sasaran program yang telah ditetapkan (Julia, 2010: 26). Berdasarkan beberapa pengertian efektivitas di atas, dapat dipahami bahwa efektivitas merupakan sebuah patokan untuk membandingkan antara proses yang dilakukan dengan tujuan dan sasaran yang dicapai. Suatu program dikatakan efektif apabila usaha atau tindakan yang dilakukan sesuai dengan hasil yang diharapkan. Efektivitas digunakan sebagai tolok ukur untuk membandingkan antara rencana dan proses yang dilakukan dengan hasil yang dicapai.

B. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. (Djam’an dan Komariah, 2017) mengungkapkan bahwa penelitian kualitatif dilakukan karena peneliti ingin mengeksplor fenomena-fenomena yang tidak dapat dikuantifikasikan yang bersifat deskriptif seperti proses suatu langkah kerja, formula suatu resep, pengertian-pengertian tentang suatu konsep yang beragam, karakteristik suatu barang dan jasa, gambar-gambar, gaya-gaya, tata cara suatu budaya, model fisik suatu artifak dan lain sebagainya. Selain itu,

(Sugiyono, 2017) juga mengemukakan penelitian kualitatif sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dengan triangulasi, analisis data bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.

Menurut (Sukmadinata, 2013), penelitian deskriptif kualitatif ditujukan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik bersifat alamiah maupun rekayasa manusia, yang lebih memperhatikan mengenai karakteristik, kualitas, keterkaitan antar kegiatan.

Selain itu, Penelitian deskriptif tidak memberikan perlakuan, manipulasi atau perubahan pada variabel-variabel yang diteliti, melainkan menggambarkan suatu kondisi yang apa adanya. Satu-satunya perlakuan yang diberikan hanyalah penelitian itu sendiri, yang dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Berdasarkan keterangan dari beberapa ahli di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa penelitian deskriptif kualitatif yaitu rangkaian kegiatan untuk memperoleh data yang bersifat apa adanya tanpa ada dalam kondisi tertentu yang hasilnya lebih menekankan makna.

Di sini, peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif karena penelitian ini mengeksplor tentang program “Bincang Santai” yang diadakan oleh PT. KAI. Selain itu penelitian ini juga bersifat induktif dan hasilnya lebih menekankan makna.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil dari penelitian ini menjadikan para railfans mengetahui banyak informasi secara langsung dan jelas, serta pihak KAI dapat lebih dekat dengan para railfans sehingga dapat menjadi buzzer secara tidak langsung.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Terdapat hubungan positif antara *railfans* dan perusahaan. terhadap kegiatan serta informasi yang jelas.
2. Terdapat hubungan positif antara *interest* (minat) terhadap kereta dengan kesadaran para railfans dan menimbulkan perasaan ingin tahu, ingin membaca, mendengar dan melihat lebih seksama.
3. Terdapat hubungan positif antara *desire* (hasrat) terhadap kereta api dengan kesadaran railfans. Hal ini berarti bahwa *desire* (hasrat) terhadap kereta api berkontribusi cukup baik dalam membangun kesadaran merek para railfans. Setelah mengikuti kegiatan Bincang Santai memiliki keinginan untuk mencoba air mineral tersebut karena ingin membuktikan informasi yang terdapat dalam iklan tersebut.

Daftar Pustaka

- [1] Aditia, A. R. R., Wadud, M., & DP, M. K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor NMAX pada PT Yamaha A. Rivai Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 1(01). <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v1i01.4>
- [2] Aprianti, A. (2016). MAKNA MBLUSUKAN KERETA API DI KALANGAN RAILFANS: Kajian Fenomenologi Konstruksi Makna Mblusukan Kereta Api Pada Komunitas Edan Sepur Indonesia. *Jurnal Ilmiah LISKI (Lingkar Studi Komunikasi)*, 2(2). <https://doi.org/10.25124/liski.v2i2.282>
- [3] Aprianti, A. (2017). Perilaku Komunikasi Verbal dan Non Verbal Pecinta Kereta Api (Studi pada Komunitas EdanSepur Indonesia). *Jurnal Liski*, 3(1).
- [4] Ramadhan MA, Chatamallah M. Strategi Komunikasi Pemasaran X. *J Ris Public Relations [Internet]*. 2022 Jul 5;19–22. Available from: <https://journals.unisba.ac.id/index.php/JRPR/article/view/641>
- [5] Basit, L. (2018). Fungsi Komunikasi. *Al-Hikmah Media Dakwah, Komunikasi, Sosial Dan Kebudayaan*, 9(2). <https://doi.org/10.32505/hikmah.v9i2.1737>
- [6] B.Miles, M., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis –*
- [7] Indriyani NW, Nurdiarti RP, M. Nastain. Aksesibilitas dan Pemanfaatan Aplikasi “Jogja Smart Service” untuk Mewujudkan Good Governance. *J Ris Public Relations [Internet]*. 2022 Dec 20;75–84. Available from: <https://journals.unisba.ac.id/index.php/JRPR/article/view/1352>
- [8] Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, Johnny Saldaña - Google Books. In Sage Publications. Choiri, E. (2020). Pengertian Komunikasi, Tujuan, Fungsi dan Macamnya. *Qwords.Com*. Didik Hariyanto, D. H. (2021). *Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi*. In *Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi*. <https://doi.org/10.21070/2021/978-623-6081-32-7>
- [9] Djam'an, S., & Komariah, A. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. In Bandung: CV Alfabeta, Cetakan ke 7